COMISIÓN DE INDUSTRIA, ENERGÍA, COMERCIO, TURISMO Y SERVICIOS

(Sesión celebrada el día 16 de mayo de 2018).

SEÑOR PRESIDENTE.- Habiendo número, está abierta la sesión.

(Son las 16:04).

–La Comisión de Industria, Energía, Comercio, Turismo y Servicios tiene el gusto de recibir a una delegación de la Cámara de la Industria del Calzado del Uruguay integrada por Alejandro Biasiolli, presidente; Franko Martinovic, directivo; Marcelo Ballesta, secretario ejecutivo y Verónica Vignole, directivo.

Muchísimas gracias por venir. Les cedemos el uso de la palabra. Quedarán sentadas en la versión taquigráfica las inquietudes que deseen plantear sobre los problemas que les atañen en el sector al que representan.

SEÑOR BALLESTA.- Muchas gracias por la pronta respuesta a nuestra solicitud de audiencia. Haremos intervenciones breves sobre algunas preocupaciones que tenemos.

A fin de contextualizar la situación, queremos decir que es indiscutible el rol que tiene una economía en el entramado productivo. El sector industrial, como tal, aporta directamente a la producción, a la generación de valor agregado, a la distribución amplia y genuina del ingreso, a la generación del empleo y a muchas otras cosas más. Nosotros hoy venimos en representación del sector industrial. Queremos compartir con los señores senadores nuestra profunda y especial preocupación con el devenir de los nuevos tiempos. Sentimos la necesidad de compartir con ustedes algunas características de nuestro sector de actividad y pensamos que las preocupaciones que vamos a plantear no deberían ser solo nuestras, sino de todos. Les hemos remitido un documento que realizamos junto con el Departamento de Estudios Económicos de la Cámara de Industrias del Uruguay para hacerlo con la mayor seriedad posible.

En este documento se pretende describir las principales características que tiene el sector industrial del calzado en el Uruguay, identificando algunos indicadores actuales respecto a algunas cuestiones que se están dando y, fundamentalmente, mostrar la evolución que ha tenido el sector en este nuevo siglo que estamos transitando. Hay algunas cuestiones vinculadas a cantidad de empresas, valor bruto de producción, evolución de la producción, personal ocupado, impuesto pago, crédito bruto, proyectos de interés nacional, consumo aparente, importación y exportación de productos, políticas comerciales y demás. En fin, es un estudio bastante profundo que da una idea de qué está sucediendo en nuestro sector de actividad.

Algunos datos de ese documento permiten explicar el contexto de esta situación y podríamos destacar tres o cuatro asuntos. De acuerdo a las proyecciones del INE y a las propias, el sector tiene un valor bruto de producción de unos USD 42:000.000 con un valor agregado bruto promedio del 45 % del valor bruto de producción. El promedio de la industria en general está en el orden del 29 %, es decir que la industria del calzado es un sector que genera mucho valor agregado. Además, ocupa a 1.500 personas. Hay un indicador que muestra que el 87 % de la ocupación del sector está formalizada. Si tomamos pura y exclusivamente a los trabajadores, solo el 6 % de asalariados dice no estar formalizado. El promedio industrial está en el orden del 75 %, o sea que somos un sector de actividad que nos portamos bastante bien. El 24 % del valor bruto de producción del sector de actividad tiene que ver con las remuneraciones. El promedio de la industria está en el 14 %, o sea que somos un sector que ocupa mucha mano de obra.

Una de las características que tiene la industria hoy es que está fuertemente orientada al mercado interno con una balanza comercial netamente negativa. ¿Qué es lo que ha venido sucediendo? Como todos sabemos, sin lugar a dudas, en las últimas décadas China, Vietnam, Indonesia e India se han convertido en una región que no para de crecer como polo productivo del calzado. En el mundo se producen aproximadamente 23 billones de pares de calzado y el 87 % proviene de Asia. China produce el 55 %, India el 13,2 %, Vietnam el 4,5 % e Indonesia el 3,6 %, por lo que dejan a Sudamérica el 5 %, a Europa el 4 %, a Norteamérica el 2 % y a África el 2 %. Lo interesante de esto es que la fábrica del mundo, es decir China, según los reportes internacionales tiene un promedio de precios de exportación a nivel mundial de USD 4,4. Imaginen a un empresario

nacional que recibe un catálogo de una oferta del exterior con un valor de USD 4,4 por un calzado sustitutivo a los que habitualmente hace. Para que tengan una idea y dar un contexto, en el año 2016 nuestro país tuvo un precio promedio de importación de USD 8,2. Ahora bien; este no es un tema solo de Uruguay, sino que esto le ha estado pegando al mundo en general.

El año pasado participamos en un foro regional de cámaras latinoamericanas de industrializadores de calzado y una caracterización que se hizo arrojó que existen unas 18.000 empresas entre Centroamérica y Sudamérica, que emplean a unos 575.000 trabajadores que producen 1.627:000.000 de pares de calzados. A pesar de toda esta cantidad de empresas y de todos los trabajadores que ocupan, solo Brasil tiene una balanza comercial favorable. Sin lugar a dudas, este país ha llevado adelante una importante política de desarrollo del sector del calzado, al punto que se ha colocado como tercer productor a nivel mundial.

En este contexto, a pesar de que hay situaciones muy diversas, hemos notado que nuestros hermanos del Mercosur, Argentina y Brasil, están haciendo cosas. Por ejemplo, ambos tienen cupos de importación, medidas *antidumping,* valores criterio y forman parte de aduana en tanto observadores. Hay que tener en cuenta que ya en el año 2010 Brasil y Argentina aprobaron medidas *antidumping* y en 2015 las renovaron por cinco años más, por lo que hasta el 2020 tendrán medidas arancelarias. Además, los valores de referencia son de un mínimo de USD 13,85 gracias a los acuerdos, mientras que Uruguay está importando de los mercados asiáticos a los que hacíamos referencia a USD 5,83.

En cuanto a la balanza comercial en estos años, en 1999 Uruguay importaba 8:388.633 pares de calzados y en 2016 importó 12:267.458, por lo que la importación creció un 47 %. En relación con la exportación, en el año 2000 se llegó a 1:800.000 pares, pero en 2016 bajó a 29.000 pares, es decir que se redujo en un 100 %.

Se dan algunas particularidades y si vamos a las nomenclaturas más importantes dentro del sector del calzado que son 6402, 6403 y 6404, podrán ver que en el 6402, Uruguay importa por un valor de USD 5,3, mientras que Argentina tiene un promedio de USD 17,7 y Brasil, de USD 8,4; en el 6403, Uruguay importa a USD 14,9, Argentina a USD 20,6 y Brasil a USD 23,5 y en el 6404, nuestro país importa a USD 5,6, Argentina a USD 19,3 y Brasil a USD 9,4. Quiere decir que Uruguay importa a los precios más bajos de la región, con el aditamento de que el Mercosur tomó como tarifas arancelarias el 35 % para protegerse de la industria extranjera.

Por algunas condicionantes de acuerdos y revisiones de acuerdos, Uruguay, para algunos ítems como el 6402 y 6403, no aplica el 35 %, sino el 25 %. Eso ha hecho que, por ejemplo, en el 6402, el 62,3 % de lo que entra bajo esa nomenclatura sea con arancel 25 %; y en el 6403, el 93,26 % entre bajo arancel 25 %. Si miramos las participaciones del 6402 y 6403 en el volumen de integración de todo lo que se importa, tenemos que el 37 % de la mercadería que ingresa a Uruguay es a un arancel de 25 % y no de 35 %. Sin lugar a dudas, esas cuestiones le han ido pegando fuerte a la industria. Por ahí se manejan algunos indicadores. El 53 % de las unidades productivas desaparecieron. Hubo una reducción del índice de volumen físico de la producción a niveles históricos mínimos con un alto nivel de variabilidad, pero con una tendencia decreciente en un contexto donde el consumo y el índice de precios al productor y al cliente suben. La caída del empleo en 2017 en el sector fue del 13 % con respecto a 2016 y hubo una contracción en los últimos nueve años de más del 50 %. Tenemos pérdida del mercado a nivel internacional. Las exportaciones representan menos del 3 % del valor bruto de producción del sector y, evidentemente, estas cuestiones para nosotros tampoco se dan, exclusivamente, para nuestro sector de actividad.

Algunos de los datos que ustedes veían tienen que ver con un documento que la Cámara de Industrias presentó recientemente en el foro en el mes de marzo de este año, que nos habla, justamente, del contexto industrial. La Cámara de la Industria del Calzado también se da en un marco de lo que le está sucediendo a la industria en términos generales. Si bien no pretendemos que estén leyendo lo que está pasando, claramente uno puede ver la tendencia de la evolución del valor bruto de producción de la industria, donde evidentemente hay una pequeña recuperación, pero no llega a los niveles 2010-2011. Vemos claramente que con relación a la capacidad instalada de las compañías, estamos en un récord de capacidad ociosa en el sector industrial. También tenemos un gráfico que muestra la variación internacional del empleo industrial y vemos cómo va cayendo el empleo en los distintos años. Asimismo, podemos observar un gráfico de la evolución del salario y el empleo en la industria. Vemos cómo, a medida que el índice medio de salarios sube, la industria va achicando de alguna manera el nivel de empleabilidad en toda la industria, lo que hace que el gap sea cada vez más grande. Hay algunos indicadores que la Cámara de Industrias maneja respecto a cuánto ha aumentado el precio en la industria y cuánto lo han hecho otros indicadores como el salario industrial, el IPC y otras cosas que están por encima con crecimientos muy importantes. Fundamentalmente están los

aspectos vinculados a la tendencia que tiene con el nivel de producción, la productividad de las empresas y los niveles de rentabilidad de las empresas, cada vez más decrecientes. La industria en su conjunto está padeciendo algunas situaciones un poco especiales y nosotros realmente no somos ajenos a ese tipo de situaciones.

En el marco de las situaciones que estábamos planteando, en un mercado que de acuerdo con nuestras estimaciones mueve en el orden de USD 860:000.000 a precio de venta al consumidor, evidentemente ese es un valor muy significativo, muy interesante. Uruguay es el tercer país en Sudamérica y Centroamérica consumidor de calzado. Uruguay está en el tercer lugar; es un país extremadamente consumidor de calzado. Sin ser muy técnico, uno puede decir –al mirar cualquiera de nuestros pies y de nuestros calzados– que en un calzado de esos que valen USD 100 a precio de vidriera, a los valores que estamos manejando de USD 15 como promedio de la importación –no USD 8 sino USD 15 por el calzado que estamos manejando–, hay USD 85 que quedan entre los gastos de internación, la distribución de ese calzado y la renta del empresario. Si esto fuera hecho en la industria nacional, de los USD 100 solo USD 55 serían para la distribución y renta de los empresarios y USD 45 quedarían en territorio, porque es un sector que es sumamente integrador de valor; intervienen el cuero, insumos y una serie de conceptos. Realmente creemos que la industria firme del calzado puede aportar mucho para la vida del país.

En ese sentido, razonamos y nos preguntamos qué industria del calzado queremos, si nos interesa o no esta industria, si hay algún espacio para propender hacia su defensa y desarrollo y desde dónde podríamos hacerlo.

En el documento, una vez que avanzamos en estas particularidades del sector, tocamos, por lo menos, tres temas o situaciones que nos preocupan sobremanera. No son las únicas ni exclusivas, pero son preocupaciones que, sin lugar a dudas, vienen impactando en la situación que se está dando en el sector.

SEÑOR BIASIOLLI.- Por mi parte, voy a intentar dar una visión un poco diferente, con la óptica del fabricante.

Antes pasaba que las compras públicas no eran tan importantes dentro de la economía de una empresa, pero hoy es totalmente lo contrario. Una compra pública puede definir si una empresa sigue o no; es tan fácil como eso porque con los niveles de precios es imposible competir, no hay forma de hacerlo. Hay que agregar diseño, valor y muchísimas otras cosas; sin embargo, perdemos.

Para que tengan una idea señalo que en estos últimos cinco años el Estado ha comprado un promedio de 130.000 pares de zapatos. Al respecto no hubo ningún tipo de reclamo formal por parte del Estado y los usuarios se han visto gratificados con la calidad del zapato entregado, lo que es muy importante.

El año pasado tuvimos un tema con una licitación pública del Ministerio del Interior. Me refiero a la compra directa por excepción n.º 63/2015 que se hizo por parte del ministerio, por la que se adquirieron 32.000 pares de botas y 1.800 pares de zapatos a China por un valor de USD 1:282.600. Esto, por supuesto, prendió las alarmas y generó preocupación en todos los fabricantes porque, por ejemplo, para ese caso puntual no hay muchos fabricantes de suelas en este país y el hecho de que se vayan 32.000 pares en una compra que uno está esperando, realmente es la vida o la muerte. Por suerte, la empresa pudo sacar otra cosa y hoy en día está fabricando, pero el daño fue muy importante.

En el año 2017 empezamos a trabajar con el Ministerio del Interior y a ver cómo se podía hacer para que el Estado no hiciera compras directas a China sin llamar a licitación. Hablamos de trabajar, de alguna manera, con la Cámara de la Industria del Calzado que está justamente para tratar de asesorar sobre las diversas formas de comercializar y comprar. Apuntamos a ver cómo el Estado puede comprarnos productos porque si pretende comprarle, por ejemplo, 32.000 pares de calzado a una industria, capaz que no los puede hacer en tan poco tiempo, pero sí podría hacer compras más chicas en las que las empresas sumaran con una mayor diversidad de fabricantes. Se trata de ver la manera de que las fábricas puedan competir en ese tipo de licitaciones porque 32.000 pares implican mucha plata. Si uno entra en una licitación de ese tipo está un año para poder cobrar; entonces, no son muchas las fábricas que pueden soportar eso, es decir, fabricar, pagar impuestos, comprar la maquinaria, hacer el producto, terminarlo y después esperar para cobrarlo.

Por suerte en el año 2017 logramos trabajar con el ministerio; se diseñó una bota táctica –que es la que están usando hoy los policías– y se logró hacer una venta, con mucho trabajo y participación nuestra. En una licitación en la que antes se presentaba solo una empresa, logramos que se presentaran cuatro firmas. Tratamos de que la compra fuera más atractiva y más real para una industria.

Recientemente el Comando General del Ejército hizo la licitación pública internacional 230/SIE/17. Fue una compra por USD 492.816,65, de los cuales USD 278.400 corresponden a capelladas. A esa licitación se presentó un proveedor brasileño y uno nacional. Si se hubiese aplicado el concepto del precio más bajo a la alternativa extranjera, aunque se aplicara el avenimiento de las condiciones del Programa de Contratación Pública para el Desarrollo, la propuesta hubiera quedado en igualdad de condiciones. Por ende, hubiéramos vendido esa cantidad de capelladas.

SEÑOR BALLESTA.- El señor Biasiolli se refiere a una licitación que hizo el Ejército Nacional a la que se presentó una empresa nacional y una extranjera; por una cuestión de precios decidieron comprar la capellada brasileña. Si a esa oferta le hubieran aplicado el programa de apoyo a la pequeña empresa, habríamos estado en igualdad de condiciones en el precio. Sin embargo, por una cuestión pura y exclusivamente de precios se prefirió comprar un producto extranjero.

SEÑOR BIASIOLLI.- Hay otro tema que no es menor y es que cuando el Estado compra en el extranjero paga con una carta de crédito y cuando le compra a una fábrica nacional lo hace con el CIF. Eso hace inviable que una fábrica enfrente esas condiciones de pago. Estamos hablando de ciento ochenta días y a veces es realmente imposible.

SEÑOR BALLESTA.- Hay una nueva licitación en la que en el llamado se prevé que para las ofertas internacionales el pago sea una carta de crédito irrevocable a la vista. Quiere decir que es contado. Es un instrumento a partir del cual rápidamente se puede negociar y se hace efectivo sin haber entregado nada y sin haber producido nada, pero resulta que, frente a la misma situación, la industria nacional tiene una promesa de pago CIF, donde no hay plazo de cobro y ni siquiera tiene la posibilidad de presentar un parámetro por ajuste de precio porque no sabe cuándo va a cobrar. Entendemos que, frente a un mismo llamado, de alguna manera el tratamiento de una oferta extranjera es distinto al de una oferta nacional. Ese es el punto.

En el documento hay otro ejemplo de una nueva licitación del Ministerio del Interior por USD 1:159.934, de los cuales USD 409.150 corresponden a calzado. Se vuelve a presentar la situación que se planteó en el año 2016. Hubo una compra directa a pesar de que eso fue observado por el Tribunal de lo Contencioso Administrativo. Nos preocupa especialmente que la industria nacional no sea tenida en consideración para participar en un proceso licitatorio. Lo que reclama la industria es tener la posibilidad de participar en igualdad de condiciones.

SEÑOR BIASIOLLI.- Cuando hablamos de igualdad de condiciones también nos referimos a las condiciones de pago.

SEÑOR BALLESTA.- A partir de los casos que presentamos que son netamente ejemplos de lo que está sucediendo –y no situaciones que estemos denunciando–, en el documento figuran ocho puntos que planteamos y que se podrían revisar para tratar de resolver este tipo de cuestiones. Creemos que realmente eso es lo crucial para esta comisión, es decir, tomar conocimiento de esos ocho puntos como forma de tratar de resolver algunas cuestiones que ya existen y no necesitan modificaciones, pero que sí pensamos que necesitan una revisión. Eso es lo que nos interesa: plantear la observación y una serie de temas y cuestiones que nos gustaría revisar.

SEÑOR BIASIOLLI.- Se consideraría relevante una evaluación permanente del impacto de los regímenes preferenciales para las Mipymes a efectos de introducir ajustes que se consideren necesarios.

Con respecto al régimen de preferencia en el precio de los bienes que se califican como nacionales en las contrataciones y adquisiciones estatales, en términos de 8 % del producto que califique como nacional no parece insuficiente. La existencia del programa de contrataciones públicas para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa prevé preferencias sobre el precio en mejores condiciones que el régimen de preferencias a la industria nacional.

Por otro lado, el requisito vinculado a la mejora de gestión determinada por la certificación ISO 9001 o el certificado del programa de fortalecimiento de las Mipymes, debilita el interés de la industria para participar en dichos programas. Sería necesaria una revisión en el marco de las condiciones particulares de la industria del calzado y los requerimientos de acceso.

De igual forma, sería menester revisar las particularidades de reserva del mercado ya sean totales o parciales. El régimen define reservas totales que implican que en las contrataciones de determinados productos o hasta determinado umbral solamente se puedan presentar ciertas ofertas o proveedores. Otro punto a tener en cuenta son sus capacidades productivas, no buscan adaptaciones o mecanismos que les permita ofertar.

Habría que revisar las posibilidades otorgadas en el Decreto n.º 42/015 respecto a la creación de un convenio marco en tanto consiste en un procedimiento de contratación de proveedores de bienes, obras y servicios de uso general en la administración pública estatal.

Todos estos elementos planteados nos llevan a pretender visualizar la posibilidad de trabajar en un sector de actividad con la necesidad de fortalecerlo. Eso implica generar condiciones especiales para que al redactar un pliego de adquisiciones puedan considerarse situaciones especiales como existen para otros sectores de actividad. Habría que considerar, por ejemplo la Ley n.º 18996 para el fortalecimiento y desarrollo de la industria de la vestimenta.

SEÑOR MARTINOVIC.- Sobre las compras públicas quisiera agregar algo que se omitió que tiene que ver con la compra del Ministerio del Interior. Llegamos al mismo precio del producto importado y con mejor calidad. El Ministerio del Interior compró en el año 2016 el producto a USD 38 y la industria nacional le ofertó a USD 38 y a USD 40. Ofrecimos mejor producto en una licitación abierta en la cual el capital se vuelca en rentas, en seguridad social y en todo lo que derrama la cadena productiva, contra una compra en el exterior, al mismo valor, y de la cual en el Uruguay no quedó nada porque se fue todo al exterior.

SEÑOR BIASIOLLI.- Otro problema es el del seguro de desempleo.

En nuestra empresa tenemos meses productivos, como son febrero, marzo, abril y mayo; luego, tres meses de baja productividad –en la que se comienza a producir para el verano–, que son junio, julio y agosto y, finalmente, los meses de setiembre, octubre y noviembre son de actividad; en diciembre prácticamente no trabajamos, y en enero damos las licencias. Entonces, si nosotros tenemos necesidad de mandar gente al seguro de desempleo en setiembre, debemos esperar doce meses para que nos corresponda de vuelta conceder ese beneficio y tengamos en cuenta que los meses de junio, julio y agosto son meses de baja productividad. O sea que cuando necesitamos que la gente esté trabajando no contamos con ella. En función de ello, deberíamos cambiar el tema del seguro de desempleo porque no podemos hacer uso de él como quisiéramos.

SEÑOR BALLESTA.- Quiero hacer referencia a una cuestión instrumental.

Los instrumentos que tenemos para tratar de salvaguardar esa problemática que tiene el resto de las industrias, por particularidades del sector de nuestra actividad, están desfasados. Eso hace que sea un instrumento que claramente opera en forma negativa para las industrias porque estas no se animan a tomar gente nueva y a trabajar, justamente, por la variabilidad de las temporadas. Esta es una industria que trabaja con la moda, por lo tanto tiene dos zonas bien marcadas: primavera-verano y otoño-invierno. Evidentemente, en ese período de cambio de moda se registra una baja en la productividad, por lo que si alguna organización o empresa tiene que mandar a su personal a seguro de desempleo, por ley deberá esperar un año para volver a generar el beneficio, el cual caería en plena actividad. Esto oficiaría negativamente, pues las empresas no se animan a tomar nuevo personal por la variabilidad de la producción. Quizá, si la legislación registrara algún cambio –esto es, dentro de los mismos períodos para que la industria tenga una mayor flexibilidad a la hora de manejar algún instrumento–, la industria podría llegar a tomar un poco más de personal e, incluso, pensar en disminuir el período en el cual tienen derecho los trabajadores para acogerse al seguro de paro. Sobre este tema se podría conversar firmemente en función de los requerimientos del sector de actividad y de las particularidades de la normativa que atiende ese tipo de cuestiones.

En fin, tenemos un desfasaje real entre los requerimientos de la industria y lo que la normativa, respecto al seguro de desempleo, brinda como solución para las empresas en su contexto y generalidad.

SEÑOR BIASIOLLI.- Creemos necesario e imprescindible tomar conciencia de que nuestro país tiene el menor nivel de medidas de protección a favor de la industria nacional.

Se deberían revisar los mecanismos existentes como forma de garantizar el espíritu de las reglamentaciones y tomar medidas como las que adoptan nuestros países vecinos y de América Latina. Concretamente, me refiero a medidas *antidumping*, compensatorias, de salvaguardia y valoración aduanera. En realidad, no estamos pidiendo algo que no existe ni algo que no esté implementándose en toda América Latina. Por ejemplo, nuestros socios del Mercosur utilizan esas medidas para cuidar un poco sus industrias. Todas estas medidas existen y se están llevando a cabo; por algo tenemos esas diferencias de precios con Argentina, por algo nosotros compramos a USD 5 y ese mismo calzado ingresa a Argentina a USD 19, porque allí hay medidas.

Esa es la realidad, entonces necesitamos tomar algunas medidas porque no visualizamos una salida a futuro.

SEÑOR BALLESTA.- Sin lugar a dudas, esto tiene que ver con el régimen del mercado internacional. En el apartado de políticas comerciales planteamos, básicamente, el reconocimiento tácito de que Uruguay tiene una situación de protección bastante menor al resto de los países de la región con respecto a la industria asiática.

El segundo componente que planteamos es tratar de controlar un poco más la reglamentación existente en el país con respecto a las licencias de importación, a los controles aduaneros, a las comunicaciones que tendrían que estar oficiando en instituciones, a la participación que uno podría tener en los organismos controladores, y demás. Entendemos que esas cuestiones son sencillas de manejar, como la reglamentación del etiquetado; si uno recorre los centros comerciales podrá ver que no se cumple con reglamentaciones tan sencillas como las del etiquetado del calzado. Creemos que ahí hay un espacio para cuestionarse por qué no ser un poco más álgidos con el control de la normativa existente en el Uruguay.

El tercer componente es revisar la normativa que el país ya tiene –sus decretos y sus leyes– con relación a las medidas de protección que en muchos países se aplican y cuya eficacia ha sido demostrada. En lo que respecta a la cuestión del *dumping*, Argentina plantea medidas y Brasil ya las aplica, y también Europa está implantando medidas anti *dumping*. O sea que, claramente, las prácticas desleales de producción con otros mercados han sido demostradas por otros países, entonces acá nos preguntamos por qué no existe la voluntad de revisar la reglamentación que tenemos para ver si cabe la posibilidad de aplicar alguna otra medida. Si de alguna manera pudiéramos asegurarnos un 10 % de los doce millones de pares de calzados que entran a Uruguay, eso repercutiría en un 100 % de incremento de la producción nacional.

Entonces, para nosotros bien vale la pena el esfuerzo de tratar de revisar un poco qué estamos haciendo, cómo estamos practicando y operando, y desde qué lugares podríamos contribuir en esa dirección.

SEÑORA VIGNOLE.- Soy integrante de la comisión directiva de la Cámara de la Industria del Calzado del Uruguay. Soy hija de un zapatero que a los quince años de edad emigró de la parte rural del país hacia Montevideo, a trabajar como armador de calzado. Durante su juventud se desarrolló hasta que logró tener su propio negocio y yo estudié en la UTU. Hoy, junto con mi hermano, nos toca dirigir nuestra propia industria de calzado; es una empresa familiar que llevamos adelante desde hace unos cuantos años con el convencimiento de que se necesita más apoyo para la industria en general. No obstante, agradecemos este espacio de reflexión que nos han brindado para escucharnos.

Nuestra industria genera empleos genuinos, empleamos a decenas de familias –mil quinientas personas, tal como dijo el señor Ballesta–, y creemos que aún tiene gran capacidad de permanecer, incluso de crecer, pero para ello necesitamos apoyo con políticas concretas. Entendemos que la industria es generadora de empleo, lo que ayuda también a disminuir la inseguridad y a que haya menos jóvenes sin saber qué hacer. En general, la industria es un generador de empleo primario. Es así, que todo aquel que no estudió o no tuvo la oportunidad de ir a la universidad puede desarrollarse y aprender un oficio. Desde la Cámara de la Industria del Calzado se han hecho gestiones a efectos de generar espacios educativos y de formación, pero no han llegado a buen puerto.

Como decían nuestros compañeros, una política puede estar dirigida a abrazar ese 10 % de los doce millones de pares que ingresan al país y así dar un impulso a la fabricación nacional, pero

también se requiere una referencia de precios un poquito más alta y políticas de educación que favorezcan el desarrollo de esta área de producción.

Uruguay, históricamente, se ha caracterizado por tener una mano de obra de muy buena calidad, pero hemos perdido ese valor en las personas de oficio y nos hemos convertido en un país de servicios. Mientras tanto, las ciento veintidós industrias que intentamos permanecer en la producción necesitamos espacios de apoyo. Como se ha mencionado, hay decenas de medidas que se podrían adoptar, pero la pregunta es qué modelo de país queremos. Aunque el sector del calzado está en proceso de extinción, sigue latiendo y busca permanecer y crecer. Como ya se dijo, nuestro país es el tercer consumidor de calzado en la región, y ese no es un dato menor. Con políticas de apoyo y un pequeño porcentaje de ayuda, podríamos impulsar el crecimiento en esta industria.

Respecto a las medidas a tomar, la cámara podría brindar una mayor información y asesoramiento sobre cuáles serían concretamente dichas medidas, pero, a grandes rasgos, nos manifestamos pro industria, pues creemos que es un gran generador de empleo.

En todo caso, esperamos saber si podemos contar con el apoyo y la disposición del Parlamento para analizar los puntos mencionados en relación con las compras públicas y los precios de referencia en las importaciones, porque para nosotros es muy importante.

SEÑOR BIASIOLLI.- Otro tema a tener en cuenta es que las universidades están capacitando y otorgando títulos en el área del diseño, pero no solamente en el sector del calzado, sino también en el de la ropa, muebles, etcétera. Es decir, hablamos del diseño como un generador de venta. La preocupación radica en que toda esa gente, digamos, está pidiendo cancha, está pidiendo aterrizar: trabajar en la industria. Pero ocurre que no somos atractivos y esas personas están emigrando a industrias de otros países, que después vienen a instalarse a Uruguay. Esto significa, entonces, que estamos generando mano de obra y formando cabezas que se van, y después vemos sus diseños reflejados en esos doce millones de pares de zapatos importados, cuando esas personas podrían trabajar en nuestro país. Pensemos en todo lo que genera el diseño en cuanto a tendencias, moda, pero no permanece acá. Es imperdonable que se nos vaya ese tipo de personas con esa formación y más nos duele no poder darle cabida en nuestra industria.

SEÑOR MARTINOVIC.- Quisiera referirme a la industria en general, de la que el sector del calzado forma parte. Hoy está instalado en el ámbito político, periodístico y ciudadano un tema muy importante, que es el de la inseguridad. Ustedes se preguntarán qué tiene que ver la inseguridad con el calzado. Tiene que ver con la industria. A la vez que la industria se deteriora, con cierres de industrias uno tras otro, la delincuencia aumenta paralelamente. ¿Por qué? La industria es la generadora principal del empleo primario. No se necesita educación ni buena presencia para estar en la industria. Tenemos entonces el principal ocupador de empleo primario destruido y la consecuencia es el aumento de la delincuencia. Aclaro que esto no lo he escuchado en ningún ámbito; todos los días escuchamos hablar sobre inseguridad, pero ningún periodista ni político toca ese punto. Esto es preocupante y por eso lo planteo.

SEÑOR DELGADO.- En el año 2016 la comisión de industria trató el tema de las compras públicas, tratando de avanzar en algunos mecanismos que no se estaban dando, más allá de la unión centralizada de compras que existe en el Poder Ejecutivo. Una pregunta que quiero hacer es, justamente, si han tenido contacto con esa unión centralizada y si abarca en este caso las últimas licitaciones de compras públicas de zapatos. Me refiero a las compras públicas ya que ustedes hicieron referencia a la importación y a las compras públicas, por lo que es uno de los temas importantes y lo plantearon incluso como la vía para que las industrias de zapatos que quedan puedan subsistir. En aquel momento, en el tratamiento del tema de compras públicas estaba a la orden del día el tema de la licitación del Ministerio del Interior, no sólo por calzados sino también por uniformes. Recuerdo que vino la Cámara de Industrias del Uruguay, la Cámara Industrial de la Vestimenta, algunos de ustedes y el Ministerio del Interior. Intentamos generar un ámbito permanente en el Ministerio del Interior, con la Cámara de Industrias y con el apoyo del ministerio de industria para buscar algún tipo de acercamiento antes de hacer los llamados para las licitaciones. Creo que para el tema del calzado, las Fuerzas Armadas y la Policía son los dos lugares con más demanda, al menos a nivel estatal. Sé que particularmente el ministerio de industria asumió el tema y generó una comisión de compras públicas, sobre todo para pequeñas y medianas empresas, en lo que tiene que ver con las compras de la Administración Central, o sea del Poder Ejecutivo. En definitiva, quería preguntarles si eso está funcionando, si funciona bien, si participan y si hay algún tipo de consulta previa al llamado a licitación. En ese momento no sólo se manejaba el tema de la calidad. Recuerdo que se mostró en aquella instancia la diferencia de precio entre importación y lo producido acá y también la diferencia de calidad en cuanto a duración y renovación de stock. También recuerdo que se planteó que parte de la

exigencia de pago en la licitación era un determinante, pues en algunos casos tenían un pago indefinido pero había un costo financiero que no se podía asumir y, por otro lado, la carta de crédito ejecutable. Quisiera saber entonces si eso está funcionando y si han tenido reuniones al respecto. Estoy pensando en el Ministerio del Interior y el Ministerio de Defensa Nacional, aunque en definitiva sé que esto lo estaba coordinando el Ministerio de Industria, Energía y Minería.

La segunda pregunta que les quiero formular tiene que ver con el desempleo. Hoy hay algunas flexibilizaciones a la ley de seguro de desempleo, algo en el marco general y algunas en marcos particulares. Voy a poner un ejemplo bien notorio: hoy la industria frigorífica, quizás, está en un tercio de su faena habitual y aplica un régimen especial de seguro de desempleo que le permite adecuarse a la situación de falta de ganado gordo. No hace todo el proceso de esperar un año para, a la vuelta, enviar al seguro de desempleo al trabajador, sino que tiene un régimen rotatorio y flexible. ¿Ustedes están pensando en un régimen similar? ¿Han avanzado en algo al respecto? ¿Han hablado con el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social?

SEÑOR PARDIÑAS.- Es un gusto recibir a la delegación para intercambiar opiniones sobre este tema.

Parte de las preguntas sobre compra pública ya las ha planteado el señor senador Delgado. Me quedó un tema vinculado a eso, cuando señalan que el precio mínimo del producto importado y el precio que puede tener por encima la industria nacional está en el 8 %. Entiendo que es lo que están aplicando y reclaman ampliar ese horizonte.

El otro tema es el que plantean al final del documento y que fundamentan respecto al 10 % de los pares que Uruguay importaría y que si se produjeran nacionalmente implicaría un 100 %. ¿Hoy hay capacidad productiva para ello? Eso permitiría mantener la variabilidad de oferta que hay en el mercado en cuanto a productos y se vincula no solamente por calidad, sino también por diseño. El presidente señalaba que en formación en diseño Uruguay ha avanzado y estamos desperdiciando los recursos humanos. ¿La industria tiene capacidad de reacción en torno a esto si se instrumentan medidas de soporte y de apoyo del mercado de consumo que tiene Uruguay en cuanto a zapatería?

SEÑOR DE LEÓN.- Gracias por su presencia.

Para complementar la pregunta que realizó el señor senador Pardiñas quería saber si ese 10 % es la producción actual o es la capacidad instalada. Eso nos interesa porque no es lo mismo. En uno de los gráficos mostraban como que se había ido perdiendo capacidad de producción, por lo tanto la pregunta es la siguiente: ¿ese 10 % es lo que se está produciendo hoy o es la capacidad instalada? Y si no es la capacidad instalada, ¿hasta cuánto podría sustituir?

SEÑOR BALLESTA.- Vamos a tomar como ejemplo esta compra del Ministerio del Interior al cual hacía referencia. Voy al ejemplo pero nuestra preocupación es por las compras públicas en general como se da en todos los organismos. Nuestra preocupación es que todos los organismos empiecen a tomar la misma modalidad. La compra del 2017 funcionó espectacular. Primero hubo un llamado de interés de parte del Ministerio del Interior para empresas que quisieran ofertar ese tipo de producto y estuvo bárbaro. Segundo, la cámara participó en la elaboración de las especificaciones técnicas que debería tener el calzado para que cumpliera con los requerimientos que el ministerio tenía y tender los puentes para que la industria nacional pudiera estar. Participamos activamente en el análisis de las condiciones de la licitación, de forma tal que pudiera ser accesible para las empresas; se las consultó para saber si tenían objeciones, salió la licitación y el resultado fue excepcional. El sector ofertó un calzado de mucha mejor calidad que el que se estaba comprando y a un valor prácticamente idéntico. A partir de ahí caímos en un vacío total y por eso uno de los ejemplos que se utilizan en el documento es el relativo a una nueva compra directa, por excepción, nuevamente observada por el TCA. Sin embargo, no nos sentimos consultados en absoluto. El único espacio que hemos tenido de interacción y de trabajar en forma colectiva fue en el 2017, frente a una nueva compra del Ministerio del Interior.

En cuanto al seguro de paro, todavía no hemos mantenido conversaciones. Nosotros entendemos que lo primero que tenemos que hacer es manejar una situación lo más objetiva posible y por eso quisimos hacer este documento avalado técnicamente. A partir de la elaboración de este documento, estamos transitando todos los caminos posibles. Sin lugar a dudas, el aparato legislativo tiene un rol importante y en estos temas específicos como el de seguro de paro intentaremos trabajar directamente con el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, para ver si podemos acceder a otros regímenes como los que se aplicaron al sector de la pesca, al citrícola o al de los frigoríficos.

En relación con los temas de política comercial, trataremos de hablar con el Ministerio de Industria, Energía y Minería. El año pasado, la señora ministra se mostró muy sensible a este punto e, incluso, nos pidió algún informe con respecto a esto, lo que dio origen a este trabajo técnico. Por lo tanto, vamos a recorrer este camino con esa cartera para considerar estos tres puntos que están incluidos aquí.

Con respecto al 8 %, tal como se ha dicho nosotros pedimos que se revise un poco algunos de los instrumentos que tenemos. En el relativo a la protección de la industria nacional se maneja un 8 % de gap entre el precio del extranjero y el nacional, pero si decimos que el precio del exterior está en un promedio de USD 4,4, ese 8 % no alcanza. Entonces, de lo que se trata es de analizar cómo se pueden ajustar estas situaciones.

En cuanto a las otras dos preguntas, que tienen que ver con el frente del 10 %, como se veía en el gráfico de la Cámara de Industrias cuando presenta la capacidad ociosa que existe en la industria, vemos que estamos llegando a un término bastante histórico. Esto significa que las máquinas y la capacidad de producir está pero las industrias no pueden trabajar. Estamos diciendo que la industria del calzado en este momento está produciendo 1:500.000 pares de zapatos y eso es lo que equivale al 10 %. Si la industria nacional tuviera la posibilidad de comenzar un proceso de recuperación, llegando a producir 1:500.000 pares más, sin lugar a dudas, estarían dadas las condiciones para ir en ese sentido. Para eso necesitamos algunas cosas porque todo se retroalimenta. Por ejemplo, en este momento en que las ventas están en receso, es muy difícil que las industrias se animen a invertir en tecnología. Evidentemente, el concepto de la robótica y del uso de la tecnología existe en el sector del calzado, pero todavía es extremadamente cara. Entonces, ¿quién se anima a invertir en tecnología de punta para salir al mundo con el volumen de operaciones que podríamos tener? Nos parece bueno que haya instrumentos como, por ejemplo, el Fondo Industrial, que ha ayudado a la tecnificación de las empresas. Creo que de esta forma, el sector podría empezar a hablar de reconversión tecnológica de algunas partes del proceso industrial y eso sería muy bueno.

Por lo tanto, si observamos la caracterización del tejido empresarial –esto figura en el documento– vemos que solo los sectores de pequeña y mediana empresa estarían en condiciones de hacer frente a esto. Recordemos que ese 10 %, es decir, lo que se produce hoy, es un mínimo histórico. La industria, necesariamente, tiene memoria, experiencia y conocimiento suficiente como para producir mucho más, como lo hacía en las décadas del ochenta y del noventa. Hay capacidad.

SEÑOR BIASIOLLI.- Volviendo a la pregunta del senador Delgado, quería hablar del tema de las compras públicas. Lo que nosotros no queremos es que el Gobierno compre directamente a China sin un llamado a licitación. Primero que nada, queremos participar de las licitaciones y estar presentes; ese es nuestro principal objetivo. Para poder ver si somos o no caros, queremos participar porque, de hecho, está la compra que se hizo en el Ministerio del Interior, y terminamos vendiéndole prácticamente al mismo precio. No podemos medirnos si no nos dan la oportunidad. Eso es en primer lugar. Reitero: queremos estar presentes cuando se está haciendo una licitación, y no que todos los organismos estén pensando en comprar directamente a China porque, evidentemente, si así lo hacen, no tenemos posibilidad de medirnos.

Hoy en día, y volviendo al tema del desempleo –otra pregunta que había formulado el senador Delgado–, en una condición mala, como la que estamos, empleamos a 1.500 personas. Esto significa empleo de mano de obra directa y, además, hay 3.000 personas empleadas de modo indirecto. O sea que el calzado insume una mano de obra intensiva más que probada a nivel mundial. Actualmente, en las condiciones en las que estamos, damos empleo directo a 1.500 personas.

En cuanto al tema de la producción, podemos decir que es un negocio. Si es rentable, obviamente que se produce, pero la capacidad ociosa está. Las máquinas están y la capacidad para producir también está.

SEÑOR BALLESTA.- Una de las mayores preocupaciones que nos ocupa hoy es ver cómo hacemos para que la capacidad existente de producción no se pierda, para que empresas familiares no desaparezcan. Hay 122 empresas –ya dijimos que en los últimos años un 53 % de las unidades productivas desaparecieron–, entonces, hay que ver qué hacemos para tratar de mantener lo que realmente tenemos, con el convencimiento de que es un ejercicio colectivo, un ejercicio de diálogo, poniendo en primer lugar la responsabilidad de las empresas.

(Ocupa la presidencia el señor senador Pardiñas).

–Las empresas deben ver cómo se mantienen sus unidades productivas, todo ello relacionado con el entramado legislativo, con los trabajadores, con la academia, etcétera, con una serie de ámbitos. Sin lugar a dudas, deberíamos estar ajustando algunas cuestiones.

SEÑOR PRESIDENTE.- Quería hacer algunas preguntas. Si pensamos en la innovación tecnológica y en la oferta actual de los diferentes calzados en el mundo, la posibilidad de competir con países de punta en innovación tecnológica y con niveles de masa salarial muy por debajo de Uruguay, podemos decir que estamos siempre en desventaja.

Me gustaría saber si en aquello que en su momento caracterizó al calzado uruguayo, como era el producir cierto calzado de calidad para determinados nichos, podemos encontrar alguna posibilidad de avance. No vi eso reflejado fuertemente en el documento y, a su vez, también puede ser un campo de trabajo con Uruguay XXI y la propia Cancillería. Cuando hablan de recorrer el espinel, ¿están pensando en esas posibilidades?

SEÑORA VIGNOLE.- Como mencionaba hoy Alejandro Biasiolli, desde hace unos diez o quince años Uruguay es proveedor de varias decenas de egresados de estudiantes de diseño a nivel terciario.

Cuando uno habla de diseño se puede pensar que es algo superfluo, pero sabemos que aplica valor agregado al producto y genera consumo. Además, acompaña el crecimiento económico en el contexto en el que estamos en Uruguay desde hace una década por lo menos. Quiere decir que hoy se consumen muchas más cosas por lo que venden que por lo que realmente son. Es otro tema a discutir si eso está bien o no pero, en definitiva, tenemos universidades pujantes y crecientes, que nos arrojan inteligencia, desarrollo e innovación y esas personas no están encontrando dónde canalizar esos emprendimientos.

Sin embargo, desde hace unos doce años, Uruguay ha sabido generar espacios privados –no públicos– en los que hay oportunidades para los emprendedores de mostrar sus productos, sus emprendimientos, y de generar rondas de negocios para exportar. Quiere decir que se ha generado un cierto movimiento a ese nivel que nos ha permitido ingresar a nosotros, los pequeños fabricantes.

Es así como desde hace unos siete u ocho años los pequeños fabricantes también hemos evolucionado y acompañado a todos esos diseñadores o pequeños empresarios que están comenzando actualmente con sus emprendimientos.

Desde mi punto de vista, Uruguay tiene un gran desafío en esa área y los pequeños y medianos fabricantes perfectamente podemos acompañar la variabilidad del mercado porque no necesitamos miles de pares al año para fabricar, sino que tenemos la disposición para la variabilidad. Me refiero a fabricar una pequeña cantidad de productos en pequeñas escalas para abastecer el mercado interno. Quiere decir que podemos acompañar todo eso que está sucediendo hoy en el mercado, tenemos la capacidad. Lo que necesitamos es que, en general, también las empresas grandes –las que necesitan muchos miles de pares para fabricar– estén bien porque, de lo contrario, la torta se empieza a repartir entre muy pocos y las grandes industrias también necesitan vender a ese sector. Entonces, una industria que tenía cien personas puede verse obligada a reducir sus empleados, a despedir gente, a participar de mercados que antes no le eran atractivos porque, en realidad, miraba más las licitaciones o las exportaciones.

En resumen –y respondiendo a la inquietud planteada–, quiero decir que estamos capacitados y preparados para abastecer ese incipiente mercado interno que está naciendo desde hace ya unos años y que tiene un buen pronóstico hacia adelante.

SEÑOR BALLESTA.- Creo que hay algo que todos podemos ver, notar y palpar. En esos últimos ocho años que dice la compañera pudimos ver que en Uruguay todo el concepto de diseño de autor ha avanzado mucho. ¿Qué es el concepto de diseño de autor? Tiene que ver con las nuevas marcas de calzado que se meten en un nicho medio o medio–alto a un valor alto y que, generalmente, vienen impulsadas por las nuevas generaciones que han venido incorporando y estudiando las cuestiones vinculadas al diseño. Si uno tomó contacto con lo que puede ser *MoWeek,* por ejemplo, pudo ver que ahí adentro hay cerca de treinta y cinco o cuarenta marcas de jóvenes diseñadores, de gente nueva que está metiéndose en el mercado. Uno puede ver a las señoras con bolsas, bolsas y bolsas de calzado y, en ese sentido, se ha desarrollado todo un nuevo mercado más apegado a la moda, a la innovación y a las nuevas tendencias; ese rubro necesita al sector productivo, al que fabrica el calzado. Ellos tienen el diseño, las tendencias, la decodificación, su impronta personal y un montón de cosas,

pero no tienen el *know how* productivo. Entonces, ¿qué necesitan? A la industria. Ellos producen a través de la industria y, en consecuencia, aquí se da una complementación bastante interesante.

Ahora, fíjense qué interesante es esto porque, en definitiva, hay programas de apoyo por los que empujamos a salir a esos nuevos emprendedores. Como se decía hoy, está Uruguay XXI y, ¿por qué no investigamos con Uruguay XXI cómo impulsarnos hacia afuera? Les puedo contar sobre marcas que han salido, han hecho un esfuerzo para llegar a Estados Unidos y han encontrado un nicho, han logrado un comprador, pero lamentablemente por un problema de falta de regulación para la exportación de ese producto, quedaron fuera del mercado. La comercialización vinculada a las nuevas tecnologías amerita otro tipo de cosas. Cualquier empresa que le quiera comprar a Amazon desde Uruguay no tiene ningún tipo de problema, pero si una empresa uruguaya o un pequeño diseñador de calzado que encuentra un nicho en Miami o en Nueva York –Estados Unidos es uno de los principales compradores–, tiene una dificultad terrible para mandar su producto por los regímenes existentes. Hasta hace muy poquito tiempo sus ventas eran enviadas a través del sistema de muestreo. Ahora se acaba de regular el muestreo, el envío de publicidad y un montón de cosas, pero no podemos mandar más de USD 200. Esta gente que quiere llegar al mercado exterior se encuentra con un vacío legal. En definitiva, el calzado es un producto que se mete en el nicho de los USD 500 o de los USD 600 y si lo hace como una exportación tradicional, con todos los costos que tiene –costos de aduana, de despachantes, etcétera–, queda fuera del mercado.

SEÑOR DELGADO.- Eso es lo que se conoce como «ExportaFácil». Había un tope de hasta USD 1.000 y creo que lo bajaron a USD 300. Es un reclamo que nos han hecho varias veces desde varios rubros como, por ejemplo, las piedras semipreciosas de Artigas.

SEÑOR BALLESTA.- Es un problema que tiene el Uruguay en su conjunto. Evidentemente, hoy en día la comercialización a través de nuevos canales nos está abriendo un mundo de oportunidades, pero no tenemos un marco idóneo. Creo que podríamos trabajar al respecto. En el documento no hicimos referencia al tema porque esbozamos claramente que nos preocupan mucho varias áreas. Esta nos preocupa especialmente y estamos empezando a trabajar para unir la academia, el diseño, la industria y la comercialización con el exterior. Estamos hablando idiomas distintos y tenemos que coordinar todo un poco más.

SEÑOR BIASIOLLI.- Quiero hacer un comentario sobre el calzado de calidad. Hay una diseñadora uruguaya que fabrica sus productos en Uruguay y que fue elogiada por la revista *Times*, en Nueva York. ¿Sabemos de eso? No tenemos ni idea. ¿Tenemos idea de que hay carteras que valen USD 2.000, que se fabrican en Uruguay y se venden en Nueva York? No tenemos ni idea. Eso existe y es un mercado latente. Hablamos de que se produce calzado de calidad, pero también tenemos que hablar de la calidad del empleo porque es fundamental. Uruguay no solo cumple con todas las reglas, con el trabajo y con lo que necesita sus empleados. Acá usan zapatos de seguridad, lentes de protección, extracción de aire. Nos ocupamos de todos esos temas, ¿pero cuando el Estado uruguayo le hace compras directas a China exige lo mismo? ¿Somos conscientes de lo que nos están pidiendo como fabricantes? ¿Somos conscientes de lo que nosotros compramos? ¿Estamos controlando si hay trabajo infantil? ¿Se controla si los horarios de producción son extremadamente largos? Cuando el Estado uruguayo compra barato, ¿es consciente de todo eso? Les exigimos a las industrias nacionales de zapatos muchas cosas y creo que está bien. Tenemos que apuntar al trabajo de calidad, ¿pero exigimos lo mismo cuando compramos?

Este es un tema en el que vamos a luchar siempre, pero nunca vamos a poder ser tan productivos como China; nunca. No solamente por un tema de escala, sino por los costos que tenemos al dar el empleo en la forma debida; estamos de acuerdo con eso y apuntamos hacia ese lado. Sin embargo, cuando compramos un zapato chino, ¿estamos comprando lo mismo? Pienso que estamos comprando desempleo de nuestra gente. Ese es un tema que en lo personal me duele mucho porque vengo de una fábrica familiar que tiene cuarenta y ocho años y nos cuesta muchísimo mantener el empleo, la venta y salir todas las temporadas con la incertidumbre de si viene o no, si entra o no.

Pensamos que el tema tiene esa dirección. Hay que pensar en una falta de conciencia al exigir para un lado y a su vez comprar otro tipo de trabajo que no es el que queremos en el Uruguay. Nosotros no queremos ese tipo de trabajo, porque apuntamos a la calidad, a la mano de obra calificada. Hay trabajo de calidad y mucho. En la revista *Times* apareció un diseñador uruguayo que produce en nuestro país y es tendencia, y salió de la UTU. ¡Si tendremos gente calificada! El problema es el siguiente. ¿Hay capacidad y posibilidades de que esa gente se quede y produzca en Uruguay?

Muchas gracias.

SEÑOR PRESIDENTE.- La Comisión de Industria, Energía, Comercio, Turismo y Servicios agradece a la delegación por la información brindada y seguramente continuaremos considerando este tema. Se enviará la versión taquigráfica de esta sesión al Ministerio de Industria, Energía y Minería y quedamos a las órdenes en lo que podamos serles útiles.

No habiendo más asuntos, se levanta la sesión.

(Son las 17:22).